

Bloque 0

B0_M3_Objctivos

LO QUE APRENDERÁS EN ESTE BLOQUE

Visión global de las 3 herramientas fundamentales



Business Intelligence



Cómo acceder al BI y configurarlo



Controles iniciales para verificar funcionamiento



Qué informes extraer y dónde encontrarlos



Qué hacer ante dudas o malfuncionamiento



Inteligencia Artificial



Qué IA elegir sin volverte loco



Cómo comunicarte con la IA (metodología ROPLA)



Cómo elaborar el contexto de tu farmacia



Casos prácticos listos para usar



Objetivos Estratégicos



¿Qué quiero conseguir en 1, 3 y 5 años?



¿Cuáles son mis indicadores clave actuales?



¿Cuál es mi propuesta de valor diferencial?



¿Cómo comunico y alineo objetivos con mi equipo?



¿Tengo sistemas de seguimiento efectivos?

Cómo definir objetivos claros y medibles para tu farmacia

Convierte tu farmacia en un negocio con dirección estratégica definida



Preguntas clave que debe hacerse



¿Qué quiero conseguir con mi farmacia en 1, 3 y 5 años?



¿Cuáles son mis indicadores clave actuales?
(ventas, ticket medio, margen...)



¿Cuál es mi propuesta de valor diferencial como farmacia?



¿Cómo comunico y alineo estos objetivos con mi equipo?



¿Tengo sistemas de seguimiento efectivos para mis metas?



Reúne datos BI relevantes

Ventas, márgenes, stock, perfil de clientes, comparativa con la red

| "Mi ticket medio está 15% por debajo de la media de red"



Analiza con IA estratégicamente

Pide a la IA que te proponga mejoras con contexto y datos reales

| "Dame 3 estrategias para subir mi ticket medio un 10% sin perder clientes"



Define objetivos SMART

Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes, Temporales

| "Aumentar el ticket medio un 8% en 6 meses"



Implementa y revisa

Establece un dashboard de seguimiento y reuniones mensuales

| KPIs actualizados y revisión de desviaciones



Los 3 grandes objetivos estratégicos



Aumentar las ventas

Implica: Atraer más clientes o aumentar el ticket medio

KPIs BI: Nº de clientes, ticket medio, ventas por categoría

Acción: Optimizar surtido, campañas y consejo en mostrador



Mejorar el margen

Implica: Vender más caro o comprar mejor

KPIs BI: Margen bruto, precios medios, descuentos por laboratorio

Acción: Gestión de compras y negociación con laboratorios



Incrementar la rentabilidad (ROI)

Implica: Maximizar el retorno de la inversión

KPIs BI: Beneficio neto / inversión total

Acción: Control de costes fijos, eficiencia del equipo, stock equilibrado

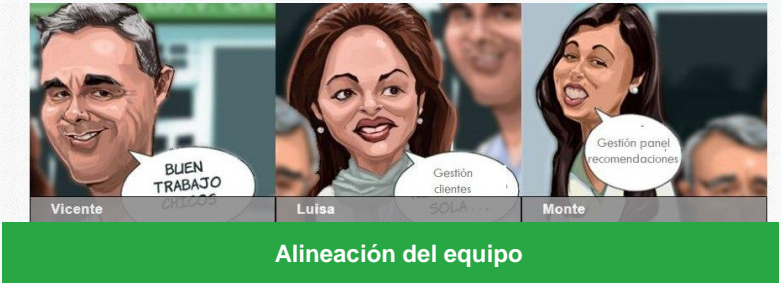
Los tres objetivos están conectados: vender más, con mejor margen y menor coste es lo que genera una farmacia rentable y sostenible

Cómo definir objetivos claros y medibles para tu farmacia

Convierte tu farmacia en un negocio con dirección estratégica definida



		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
Karlo expansión ventas	Meta	20	10									5	25	
	Resultado Actual	12	10									6	28	
	% Objetivo	-40%										20%	-2%	
	ticket medio	15										7	22	
Problema dejar una este más extensa...	% respecto Año anterior	-15%	100%									-17%	1%	
	Meta	63.500 €	58.000 €	45.000 €	45.000 €	59.000 €	47.000 €	42.000 €	38.000 €	69.000 €	78.000 €	49.000 €	62.000 €	645.500 €
	Resultado Actual	67.000 €	55.000 €	49.000 €	62.000 €	71.000 €	44.000 €	42.000 €	35.000 €	6.500 €	79.000 €	40.000 €	65.000 €	620.500 €
	% Objetivo	6%	-5%	9%	5%	20%	-2%	22%	-12%	1%	4%	-5%	4%	



¿ Preguntas clave que debe hacerse

- ¿Qué quiero conseguir con mi farmacia en 1, 3 y 5 años?
- ¿Cuáles son mis indicadores clave actuales? (ventas, ticket medio, margen...)
- ¿Cuál es mi propuesta de valor diferencial como farmacia?
- ¿Cómo comunico y alineo estos objetivos con mi equipo?
- ¿Tengo sistemas de seguimiento efectivos para mis metas?

¿ Cómo establecer objetivos

- Reúne datos BI relevantes**
Ventas, márgenes, stock, perfil de clientes, comparativa con la red
"Mi ticket medio está 15% por debajo de la media de red"
byb6077@gmail.com
- Analiza con IA estratégicamente**
Pide a la IA que te proponga mejoras con contexto y datos reales
"Dame 3 estrategias para subir mi ticket medio un 10% sin perder clientes"
- Define objetivos SMART**
Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes, Temporales
"Aumentar el ticket medio un 8% en 6 meses"
- Implementa y revisa**
Establece un dashboard de seguimiento y reuniones mensuales
KPIs actualizados y revisión de desviaciones

🏆 Los 3 grandes objetivos estratégicos

- Aumentar las ventas**
Implica: Atraer más clientes o aumentar el ticket medio
KPIs BI: N° de clientes, ticket medio, ventas por categoría
Acción: Optimizar surtido, campañas y consejo en mostrador
- Mejorar el margen**
Implica: Vender más caro o comprar mejor
KPIs BI: Margen bruto, precios medios, descuentos por laboratorio
Acción: Gestión de compras y negociación con laboratorios
- Incrementar la rentabilidad (ROI)**
Implica: Maximizar el retorno de la inversión
KPIs BI: Beneficio neto / inversión total
Acción: Control de costes fijos, eficiencia del equipo, stock equilibrado

Los tres objetivos están conectados: vender más, con mejor margen y menor coste es lo que genera una farmacia rentable y sostenible

Test de Objetivos (Parte 1): ¿Cuáles son prioritarios para tu farmacia?

Marca objetivos relevantes y priorízalos (1-5) según importancia · ☐ = relevante · ★ = prioridad

1. VENTAS Y CRECIMIENTO

☐ Aumentar ventas totales

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Incrementar ticket medio

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Mejorar mix de productos

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Aumentar frecuencia de compra

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Captar nuevos clientes

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Incrementar venta cruzada

Prioridad:☆☆☆☆☆

2. MARGEN Y RENTABILIDAD

☐ Mejorar margen bruto

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Optimizar margen por categoría

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Aumentar ROI

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Reducir costes operativos

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Mejorar rentabilidad por m²

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Optimizar precio de venta

Prioridad:☆☆☆☆☆

3. CLIENTES Y FIDELIZACIÓN

☐ Aumentar clientes activos

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Mejorar tasa de fidelización

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Incrementar recurrencia de compra

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Reducir tasa de abandono

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Mejorar satisfacción del cliente

Prioridad:☆☆☆☆☆

☐ Aumentar valor de vida del cliente

Prioridad:☆☆☆☆☆

Test de Objetivos (Parte 2): ¿Cuáles son prioritarios para tu farmacia?

Marca objetivos relevantes y priorízalos (1-5) según importancia · ☐ = relevante · ★ = prioridad

⚙️ 4. OPERATIVA Y EFICIENCIA

- ☐ Optimizar gestión de stock
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Reducir roturas de stock
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Mejorar rotación de productos
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Reducir productos obsoletos
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Optimizar espacio de venta
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Mejorar eficiencia operativa
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆

👤 5. EQUIPO Y FORMACIÓN

- ☐ Mejorar formación del equipo
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Aumentar ventas por empleado
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Reducir variabilidad entre empleados
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Mejorar motivación del equipo
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Optimizar distribución de tareas
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Desarrollar especialización por áreas
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆

📣 6. MARKETING Y COMUNICACIÓN

- ☐ Mejorar eficacia de campañas
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Aumentar impacto promocional
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Optimizar comunicación con clientes
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Incrementar presencia digital
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Mejorar posicionamiento local
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆
- ☐ Aumentar recomendaciones y prescripciones
- Prioridad:☆☆☆☆☆☆